



# „Ich möchte die technische Kompetenz im Vertrieb stärken“

**Dr. Steffen Wolf**, Leiter Vertrieb Europa bei UPC-Marathon, einem Unternehmen der Nitrex-Gruppe, spricht im Interview über persönliche Ziele, das neue Branding der Nitrex-Gruppe sowie aktuelle Herausforderungen für die Branche.

## Welche Ziele haben Sie sich gesetzt?

**Wolf:** Ich unterscheide zwischen Unternehmenszielen und persönlichen Zielen. Aus unternehmerischer Sicht möchte ich die Verkaufsabteilung technischer ausrichten: Wenn ein Vertriebsmitarbeiter von UPC-Marathon zum Kunden kommt, kann er die Probleme vor Ort technisch lösen oder eine Lösung vorschlagen. Ich persönlich habe es mir zur Aufgabe gemacht, dem Ruf und dem Markennamen UPC-Marathon gerecht zu werden. Für mich bedeutet dies, die gesamte Palette der Lösungen zu beherrschen, die die Nitrex-Gruppe im Portfolio hat. Die Symbiose und Kompetenzverbindung von praktischem Wärmebehandlungswissen, Werkstoff-Know-how, Entwicklung von Software und Steuerungstechnik bis hin zur Entwicklung, Produktion und Installation von Hardware ist, meiner Meinung nach, der entscheidende Unterschied zu Mitbewerbern.

## Wie wollen Sie Ihr Unternehmen am Markt positionieren?

**Wolf:** Als Marktführer, ganz nach dem Motto „Mastering Strength“. Ich denke, der Wärmebehandlungsmarkt ist sehr fragmentiert. Wenn Sie heute eine große kom-

plexe und zusammenhängende Anlage bestellen, gibt es auf der einen Seite Ofenhersteller und auf der anderen Seite Lieferanten für Regelsysteme, Sonden, Regler sowie After-Sales und Wartung. Bei einer Auftragserteilung kann der Kunde nur auf die Kompatibilität der Komponenten und Schnittstellen der jeweiligen Hersteller und deren gute Zusammenarbeit hoffen. Es ist an der Zeit, all dies aus einer Hand zu liefern und nur einen Ansprechpartner zu haben. Dieses Vorgehen stellt sicher, dass Systeme und Prozesse perfekt aufeinander abgestimmt sind, dass Anlagen aus einer Hand zeitoptimiert und mit klarer Verantwortung realisiert werden können. Nitrex ist in der glücklichen Lage, über ein großes Produktportfolio zu verfügen, das es uns ermöglicht, in der Branche ein umfassender Anbieter von Komplettlösungen zu sein. Mit dem integrierten Vertriebsnetz von Nitrex ist es uns möglich, unsere Kunden auf der ganzen Welt zu bedienen. Wir sind Experten in der Wärmebehandlung und können mehr als nur Produkte verkaufen. Wir können weltweit Fachkenntnisse in den Bereichen Wärmebehandlung, Metallurgie und Mess-, Steuer- und Regeltechnik anbieten.

## Welcher Vertriebsstrategie folgen Sie?

**Wolf:** Die Kundenorientierung steht ganz klar im Vordergrund. Im Wärmebehandlungsmarkt werden Schnellig-



## ZUR PERSON

Nach dem Studium der Werkstofftechnik mit Schwerpunkt auf metallische Werkstoffe an der Fachhochschule Jena hat Steffen Wolf an der Technischen Universität Freiberg Werkstoffwissenschaften mit der Vertiefung Metaphysik und Beschichtung PVD studiert. Es folgte die Promotion am Deutschen Zentrum für Luft und Raumfahrt in Stuttgart zum Thema metallgetragene Hochtemperaturbrennstoffzelle MSSOFC. Nach dem akademischen Abschluss wechselte Dr. Steffen Wolf zur H + K Härte und Oberflächentechnik, wo er als Leiter Vertrieb und Projektmanagement in der Lohnwärmebehandlung 7 Jahre tätig war. Seit November 2019 fungiert er bei der UPC-Marathon als Leiter Vertrieb Europa.



## „Erfüllt ein Unternehmen bestimmte Eigenschaften dauerhaft, kann eine Marke Türen öffnen“

keit, Erreichbarkeit, Verlässlichkeit, Lösungskompetenz von unseren Kunden erwartet und von uns so umgesetzt. Eines der hervorgehobenen Ziele ist es ein Ohr für den Markt zu haben, um Trends zu erkennen, aufzugreifen und in perfekte technische Lösungen und attraktive Produkte umzusetzen. Der Vertrieb wird als technischer Vertrieb am Markt agieren. Das bedeutet, dass unsere Vertriebsmitarbeiter sowohl Experten im Bereich Wärmebehandlung, Steuerung als auch Sensorik sind. Nur so kann sichergestellt werden, dass wir als Lösungsanbieter auf dem Markt auftreten und als Experten für unsere Kunden agieren, um deren Effizienz zu steigern. Diese Herangehensweise soll das Ziel haben in allem, was wir tun, marktführend zu bleiben.

### **Die Nitrex-Gruppe hat kürzlich ihr neues Branding vorgestellt. Welchen Einfluss hat das auf die vertriebliche Ausrichtung?**

**Wolf:** Das neue Branding hat einen massiven Einfluss. Es geht darum, ein Unternehmen auf dem Markt zu schaffen, das sehr starke Einzelunternehmen und ihre herausragenden Kompetenzen unter einer Marke vereint. Es geht auch darum, ein Unternehmen auf dem Wärmebehandlungsmarkt zu schaffen, das die Alleinstellungsmerkmale unter der Marke „Nitrex“ und dem Slogan „Mastering Strength“ vereint.

Nitrex ist als Nitrierspezialist bekannt. In den vergangenen Jahren hat Nitrex durch intelligente Übernahmen von Unternehmen der Branche eine marktführende Gruppe geschaffen, die ein wesentliches Spektrum der Wärmebehandlung abdecken kann: Process-Electronic (Messsysteme, Regelsysteme, Sonden), G-M Enterprises (Vakuumöfen, Sinteröfen), Waukee Engineering (Durchflussmessgeräte), Atmosphere Engineering (Generatoren, Gasregeltechnik), Furnace-Control Corporation (Gasanalysetechnik) und Marathon Monitors (Messtechnik, Verbrennungstechnik, Regler).

### **Wie wichtig ist ein Markenname für den Produkterfolg im Investitionsgütermarkt?**

**Wolf:** Der Wärmebehandlungsmarkt hat sehr hohe Erwartungen hinsichtlich Problemlösungskompetenz, Service, Beratung, Erreichbarkeit, Vertrauen und Verlässlichkeit. Ein Markenname kann hier hohes Gewicht haben. Aber nur, wenn bestimmte Eigenschaften hinter dieser Marke stehen. Erfüllt ein Unternehmen diese Eigenschaften dauerhaft, kann eine Marke wirken und Türen öffnen.

### **Welche Märkte sind für Sie von besonderer Bedeutung?**

**Wolf:** UPC-Marathon ist ein global operierendes Unternehmen, und meine Verantwortung ist der europäische Markt. Neben dem sehr wichtigen D-A-CH-Markt (Deutschland, Österreich, Schweiz) und seinen Nachbarn besteht eine interessante Gelegenheit in den skandinavischen Ländern und in Osteuropa.

Wir haben unter anderem einen wichtigen Produktionsstandort in Polen, an dem unsere Öfen und UPC-Produkte hergestellt werden.

### **Was ist die größte Herausforderung für Ihr Unternehmen?**

**Wolf:** Hauptsache ist, dass wir die herausfordernden wirtschaftlichen Zeiten meistern. Aufgrund der Agilität des Unternehmens sind wir nach wie vor erfolgreich. 35 Jahre nach der Gründung des Unternehmens sind wir immer noch führend und wir werden das Unternehmen weiterhin wachsen lassen. Eine Herausforderung ist der Wissenstransfer, um sicherzustellen, dass das Know-how an die jüngeren Generationen weitergegeben wird. In einem Technologieunternehmen liegt das Know-how nicht nur in den Produkten oder Zeichnungen, sondern in der jahrzehntelangen Erfahrung und der Motivation der Mitarbeiter. Nitrex hat Schritte unternommen, um das Wissen unserer erfahrensten Mitarbeiter zu dokumentieren. Wir haben die Nitrex-Bibliothek mit Hilfe moderner Datentechnologie entwickelt, um unsere jüngste Mitarbeitergeneration ausbilden zu können.

### **Wie bewerten Sie die aktuelle wirtschaftliche Lage und die Auswirkungen der Coronakrise auf Ihre Branche?**

**Wolf:** Die gegenwärtige wirtschaftliche Situation bietet Unternehmen wie Nitrex und UPC-Marathon die Möglichkeit, Technologien weiter zu fördern. Wir können jedoch feststellen, dass der Wandel in der Wärmebehandlung durch die Corona-Pandemie beschleunigt wird. Unsere Kunden beschäftigen sich mit Themen wie Wasserstoff oder Digitalisierung. Wir entwickeln derzeit Lösungen, um den Bedürfnissen dieser Kunden gerecht zu werden. Wir werden in sehr naher Zukunft mit neuen Technologien zurückkommen. In unserem Produktportfolio haben wir beispielsweise eine breite Palette von Lösungen, die umweltfreundlich gestaltet sind.